新媒体融合发展背景下电视节目编导的创新与发展浅析

摘　要：近几年，我国新媒体行业实现持续发展，特别是一些广告人和影视行业人员的增加，使人们的审美意识和文化素养不断提升。提供丰富的电视节目，保证内容的多样化，能为电视行业提供更大的发展空间，也有利于我国文化市场的有序建设。在该背景下，对于电视节目编导提出较高要求，需要予以行业的多方面创新。所以，在本文中，基于新媒体融合下电视节目传播特点的分析，探讨该背景下电视节目的传播现状，并结合实际给出有效的实施对策。

关键词：新媒体；电视节目；编导；创新

中图分类号：G224　　文献标识码：A

文章编号：1671-0134（2019）12-084-03　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2019.12.024

本文著录格式：刘晓敏 . 新媒体融合发展背景下电视节目编导的创新与发展浅析 [J]. 中国传媒科技，2019（12）：84-86.

文 / 刘晓敏

在新媒体传播时代下，对于人员综合素质的提升，保证编导掌握丰富知识和更好的专业技能提出了更高要求。所以，进行有效培训十分重要。通常情况下，一个优秀的电视节目编导能分析出节目主题，对节目的类型和风格进行创新，这样才能为电视节目提供更大活力。新媒体时代背景下，基于具体的发展需求，在提高电视编导综合素质的情况下，也能为整个电视行业的稳定发展提供强大保障。

1. 新媒体融合发展背景下电视节目传播的特点

第一，实现碎片化传播。在现代社会不断进步和发展下，互联网技术被广泛应用，在很多互联网站中增加了专业的新闻专栏，使用微信或者微博等，能对新闻进行浏览，实现信息的互动，也能直接下载客户端，为客户提供有效的资料信息，以减少广播、电视等出现的定点节目限制[1]。同时，通过移动终端的使用，用户也可以根据自己的兴趣爱好，对节目内容有效选择。该新媒体下的电视节目流畅性和画质更高，改变了时间与空间限制。新媒体背景下，也达到了整体的多元化建设，有效弥补了电视节目在时间和空间上的观看限制，解决广播电视发展下存在的不足，是新媒体电视文化传播的主要特色。第二，互动式传播，当前，很多用户都开始使用微博、微信等新媒体产品，这些产品存在较大的信息承载量，在观看电视节目的时候，能达到随时互动。这是过去使用广播电视是无法实现的，比如，某电视台在微博、微信上设置音乐节目公众号，主持人和听众之间能够进行探讨与互动，通过主持人独具特色的发言，很多听众都会积极参与进去，保证了节目互动效果的发挥和实现[2]。

2. 新媒体融合发展背景下电视节目编导的现状及问题

对于传统的电视节目，其形式较为单一，主要进行电视剧和新闻信息以及广告的播放。在近几年不断进步和发展下，我国的新媒体被广泛应用，其背景使节目文化也更为多元化。在该条件下，传统的电视节目已经无法满足群众的观赏需求，给电视节目的整体发展带来较大阻碍[3]。其问题的产生，主要原因是在对电视节目进行播放过程中，常常会插播一些广告，电视内容更新速度慢，群众在观看的同时还无法掌握最新信息。并且，电视节目的播放，具有规定的时间和流程，如果是一些紧急、重大事件，发布的时间也较为滞后，和新媒体进行比较，其传播速率慢。所以，在该建设情况下，开始逐步广泛使用新媒体。在对新闻信息充分掌握的条件下，也能在不同的平台上充分发表自己的意见和建议，加强与人们的相互互动和交流。同时，发表的言论是自由的，这些优势都弥补了电视节目的缺点。对电视节目进行审核更为严格，如果在电视节目中想要插入广告，则需要更高的费用，所以，很多广告商家也开始转到新媒体平台中。新媒体建设方式下，通过对互联网的使用，人们不仅能掌握新闻信息，也能在该平台上给予产品宣传，加强广告的使用价值，在产品知名度得到提高的同时，也会使投资者减少投入费用。新媒体发展下，很多电视节目编导都认识到电视台创新性的必要性，一些电视台也开始在网络上增加播放平台，电视节目和网络实现了同步化，这样群众结合自己需求，对播放形式多面选择。但是，节目播放的次数受到一定限制，还无法对其重复浏览，不利于需求条件的认可，该条件说明电视节目的观看模式还不够完善。主要是因为一些电视节目播放次数仅为一次，因为播放时段的限制，无法进行重复播放，也无法满足一定的观看需求。不同的是，新媒体不仅可以重复播放，还可以随时暂停、快进等，播放的载体更新，达到整体的多样化发展。新媒体优化了电视节目中存在的缺点，是信息传播中的主要力量，基于相关经验的分析，发现多媒体的形式更多样，但是，还无法替代传统

媒体在群众心中的地位。所以说，无论是哪种媒体形式，都要结合时代的发展特色进行思考，促使其重要意义的发挥，也要给予整体的创新，以达到文化产品的继承与发展[4]。

2.1 电视节目观看者趋于老龄化

在现代化社会不断进步和发展下，互联网技术和计算机技术不断利用，各个终端也开始广泛出现，为人们的生活质量提供较大保障。在新媒体实施背景下，基本实现了每人一步手机、一台电脑，利用这些电子产品，可以随时的观看网络视频，视频的画质也可以随意选择。互联网的使用，使得电视内容的观看达到同步化。和传统的电视媒体进行比较，对其带来较大挑战。比如，对于各个年代的群体，对媒介的原则也是不同的，当前，原则互联网的群体，大部分是80、90后，他们受到互联网的极大影响，多使用手机来浏览和阅读信息。但是，因为老龄化趋势的加剧，人们对电视节目的观看自愿也不断降低。特别在新媒体发展环境下，新媒体的创新使用，导致一些观看电视节目的群体转为新媒体人群，从而导致观看电视节目的受众老龄化。

2.2 媒体多元化发展竞争激烈

在新媒体多元化发展背景下，面对激烈竞争趋势，传统的电视媒体在实际使用过程中，面对的市场竞争更为激烈。一般情况下，表现为节目与节目之间的竞争，电视节目在实际发展过程中，提升栏目的收视率成为竞争下的主要条件，也将收视率作为节目竞争下的主要标准。新媒体时代发展下，电子产品的种类更丰富，特别是大量APP的下载，使电视节目面临很大竞争。在大量的竞争形式下，使网络平台和竞争结构更复杂，在这种激烈的背景建设下，要获得有利地位，一定要实现电视媒体的创新，实现新媒体的结合，加强与社交平台的互动，保证吸引更多受众[5]。

2.3 节目内容缺乏新颖内容

电视节目还不够创新，实际发展不均衡。因为各个地区之间存在明显的经济差异，导致地区内的文化发展也不够均衡。基于近几年我国电视节目实际发展情况的分析，北京、深圳、上海等地区经济发展快，存在的电视节目类型比较多，在制作上更为精细，为其投入了更多的人力和物力，也促使大量电视节目编导人才的有效培养。同时，还有些人员具备较高的专业素质和技能，对电视节目的制作经验丰富。这些人员更追求专业化队伍以及高薪资福利，在该情况下，导致一些经济匮乏地区人才缺失，制作的电视节目更粗糙，不仅无法获得较高的收视率，也无法保证电视节目的质量，使其与地区的电视节目发展形成较大差距[6]。

2.4 人员素质不高

基于宏观角度进行分析，我国的电视节目制作团队素质不高，特别是专业素质，有待进一步加强。专业素质的提升，一般需要和现代传媒时代下的信息传播需求适应，专业人才需要掌握广告和视频等方面的知识。虽然我国的一些人员进入到电视节目编导工作中，但实际上未投入到专业学校中，未进行过有效培养，在电视节目编导工作中，无法达到系统化建设，也未深入到该领域中，不仅无法科学的掌握电视节目的创作流程，也达不到采编的一体化学习，其原因的产生，多是因为电视节目人才队伍都不是本专业出身。在现代科学技术发展下，随着多媒体的普遍应用，手机功能更为完善，特别是单反和手机视频功能的使用，出现了一批爱好者，他们对影视创作具有更高热情，尽管如此，在网络信息文化发展下，对电视节目编导工作也不具备一定的专业性[7]。

3. 新媒体融合发展背景下电视节目编导创新与发展浅析

在信息化发展时代下，随着科学技术水平的提升，促使新媒体的产生和利用。电视节目作为传统媒介，在媒体市场上占有较大地位。只有对其创新，创建独有的电视节目品牌，才能在激烈竞争市场上获得有力地位，保证更多的观众积极参与进来。

3.1 多元化创新节目内容

新媒体时代背景下，使得信息传输载体得到多元化建设，促使节目内容的创新发展。在当前的社会发展下，互联网技术广泛应用，尤其是电子产品的使用，已经深入到人们的生产生活中，为人们获取信息资讯提供较大方便。传统的电视媒体在实际利用期间，还无法满足大众的多元化需求，因为利用电脑、手机等媒介具有更大的优势，其与电视进行比较，不仅获取信息更为便捷，电子产品的外形小，方便携带，尽管在没有网络的环境下，只要提前下载了视频信息，也能随时随地进行观看，这些优点都是电视没有的[8]。

3.2 提升人员素质

电视节目编导在其中需要充分分析观众的反应，并具备较强的社会责任意识，将现代社会核心主义放在首位，并通过不同方式进行传递。电视节目编导需要具备正确的思想价值理念，能够理解电视编导的意义，能将电视节目中体现的价值充分传播给观众，这样才能促使电视节目制作效果的高质量完成[9]。所以，保证电视节目编导社会责任意识的形成，能避免因素收视率而制作粗糙的电视节目，能结合时代发展特色来制作，按照时代的发展需求，不仅会给观众带来不同体验，也会在心灵上获得新的感受。还需要促使电视编导人员社交能力和沟通能力的提升，因为电视节目编制工作需要强大团队来完成，电视节目编导人员在整个活动策划中发挥重要作用，在工作执行过程中，需要予以多方面的协调，维护多方面之间的关系。同时，在工作中还需要掌握电视节目的具体流程，学会策划与统计，确保能全面控制好电视节目的整体进度。不仅如此，还需要对电视节目内容提出的价值思想与制作方案详细研究，将其情况进

行下发，加强和团队人员的沟通与交流，这样电视节目的运行效率不仅得到提升，也会节约更多的成本和时间。为了促使人员素质的提升，需要给予专业培训工作，促使人员综合素质的提升。电视节目编导工作自身存在较强的专业性，在对电视节目进行设计和编导期间，不仅要掌握专业技术，还需要具备良好的管理方法。特别是对电视节目的编制，要基于一定专业性和丰富经验，学会对节目内容进行审核和剪辑。提升电视节目编导的专业水平，也会保证电视节目内容价值的提升，增强其趣味性，因此，在新媒体融合时代背景下，为了促使电视节目制作质量的提升，电视节目编导人员不仅要提升自己的专业水平，还需要学会对现代化科学技术充分应用，形成特色化节目风格与技术团队。这样在工作和实际执行下，通过创新思维的渗透，能在新时代下给予技术的创新，保证电视节目编导人才的积极培养[10]。

3.3 加强媒体之间的合作

将电视媒体和新媒体进行结合，保证在两者之间进行更好交流与合作。在新媒体建设背景下，要达到电视节目的创新性发展，需要基于自身的不足和实际情况以及时代的发展特色，利用新媒体新形式，加强与新媒体的结合，保证以多元化的建设形式来达到共同进步，在该建设条件下。不仅能为新闻和电视节目提供更为有效的播放渠道，也能促使观众与信息的交流，这种新的传播形式逐渐被人们认可和喜爱。对于电视节目媒体的使用，在使用过程中，需要具备更为专业的采访特点，存在优先权利，使用期间也会应用到更多的专业设备。新媒体的使用虽然在传播中更为方便，但整体上还较为分散，也不够专业。特别是与新闻采访进行比较，不具有较高的专业性。针对该情况，要保证电视新媒体优势的发挥，在保证节目观赏性和可靠性发挥的条件下，将其与新媒体进行结合。如，增加微信和微博，将其作为有效的交流平台，保证电视节目的知名度和宣传度得到提高，这样群众也能认识到传统节目发挥的必要性。所以说，为新媒体和传统媒体之间提供有效载体，对信息宣传效率的提升具有重要作用。比如，注册微信、微博账号，当节目播出的时候，在平台上推广节目信息，发布节目的有关话题对节目进行讨论，使受众在欣赏节目的同时，也能充分发表自己的意见和建议。为了使群众能够积极参与，也可以增加有奖竞猜的活动，保证节目获得更高的收视率[11]。

3.4 树立品牌，坚持走好群众路线

形成品牌化意识，将群众的建设路线作为根本。在新媒体建设形式下，品牌化意识的形成对电视节目的积极发展具有十分重要的意义。加强品牌化建设，形成品牌化特色，能将新媒体具备的价值充分体现出来。在新时代发展下，虽然结合时代特色，能展现出节目的流行性和时尚性，但是，还需要结合群众的发展需求，获取群众的积极检验。同时，电视节目要得到积极发展，还需要形成创新思维，在发展优势得到发挥的同时，能够利用先进理念，保证品牌化意识的形成[12]。

结语

基于以上的分析和探究，在现代信息时代下，随着科学技术的广泛利用，信息传播渠道更为多样，为传播市场发展带来较大挑战。特别是互联网技术的应用，使用网络媒体对传统媒体实现优化，促使其意义的发挥。在传统媒体基础条件下，实现了与新媒体的结合，为电视节目的整体建设效果提供强大活力。媒

参考文献

[1] 丁一玮．新媒体时代的电视节目策划研究——评《电视节目策划与编导》[J]. 新闻与写作，2017（2）：后插 2.

[2] 张亚东．新媒体新形势下电视节目编导综合素质 [J]. 新媒体研究，2015（8）：119-120.

[3] 李晓媛．新媒体环境下电视节目编导的创新方法初探 [J]. 西部广播电视，2018（2）：152.

[4] 许金．新媒体时代广播电视节目创新性编导探析 [J]. 新闻前哨，2019（11）：94.

[5] 孙琳．新媒体环境下电视节目编导的创新探讨 [J]. 南风，2017（2）：153-154.

[6] 王菠．广播电视编导在新媒体背景下的创新和改进 [J]. 西部广播电视，2015（14）：130.

[7] 夏梦滢．新媒体背景下电视节目策划与编导创新 [J]. 西部广播电视，2018（19）：165-166..

[8] 陈滢．新媒体时代真人秀电视节目编导情节设计的创新研究 [J]. 新闻研究导刊，2015（16）：54.

[9] 史哲．新媒体背景下电视节目的策划与编导创新 [J]. 科技传播，2019，11（13）：48-49.

[10] 褚婉婷．新媒体环境下电视节目编导的职业素养 [J]. 新媒体研究，2015（8）：107-108.

[11] 罗刚．窥探新媒体背景下电视节目的策划与编导创新 [J]. 戏剧之家，2018（12）：85.

[12] 张蕊玺．新媒体背景下广电节目编导创新与传播技术转型 [J]. 传媒论坛，2018，1（7）：33-35.

（**作者单位**：辽宁省大连普兰店区广播电视台）